

**PROSES KREATIF PADA DESAIN KAOS QIMOJAPARA DISTRO CLOTHING
COMPANY JEPARA**
(Studi kasus pada desain Qimojapara dalam memperkenalkan Sosial Budaya kota
Jepara)

**CREATIVE PROCESS ON T-SHIRT DESIGN OF QIMOJAPARA DISTRO
CLOTHING COMPANY JEPARA**
(Case study on Qimojapara design in introducing cultural social of Jepara city)

Agus Budi Santoso
20130530142
Departemen Komunikasi, Konsentrasi Public Relations
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
agusbudiabs@gmail.com

INTISARI

Desain komunikasi visual merupakan menyampaikan pesan dari suatu pihak ke pihak lain melalui bahasa visual dengan menggunakan berbagai media. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa proses kreatif dalam pembuatan desain kaos yang dilakukan oleh Qimojapara dalam memperkenalkan sosial budaya kota Jepara melalui media *T-Shirt*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif dan menggunakan analisa kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah Qimojapara distro *clothing* Jepara. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Menggunakan teknik analisa data yaitu analisis data kualitatif, dan menggunakan triangulasi sumber sebagai uji validitas data.

Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang sudah disajikan. Peneliti menemukan beberapa hal dalam proses kreatif yang diterapkan oleh Qimojapara. Yang pertama, Qimojapara melakukan riset dalam pencarian informasi untuk membuat konsep desain. Kedua, mengembangkan dan mengevaluasi hasil riset. Ketiga, membuat sketsa sebagai konsep desain yang akan divisualisasikan. Keempat, proses pewarnaan menggunakan software pendukung dalam pembuatan desain. Kelima, desain komunikasi visual yang ditampilkan oleh Qimojapara melalui *T-Shirt* menampilkan dalam bentuk ilustrasi.

Kata kunci : Kreatif, Proses Kreatif, Desain Komunikasi Visual, Budaya, Qimojapara.

ABSTRACT

Visual communication design is delivering a message from one person to another through visual language by using various media. This study aims to analyze the creative process in making Tshirt design by Qimojapara in introducing social culture of Jepara city through T-Shirt media.

This research used descriptive case study method and using qualitative analysis. The object of this research is Qimojapara distro clothing of Jepara. Methods of data collection using interviews and documentation. Using qualitative analysis for the technique, and triangulation of source for check the validity.

Based on the analysis of the data that has been presented. Researchers found some of the things in the creative process implemented by Qimojapara. First, Qimojapara does research in information search to create design concepts. Second, develop and evaluate the result of research. Third, sketching as a design concept that will be visualized. Fourth, the coloring process using supporting software in the design. Fifth, the visual communication design displayed by Qimojapara through T-Shirt displays in illustrated form.

Keyword : Creative, Creative Process, Visual Communication Design, Culture, Qimojapara.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sejarah dan kebudayaan, di tiap daerah mempunyai cerita sejarah dan budaya masing-masing yang harus dilestarikan dari generasi ke generasi. Karena, salah satu ciri-ciri bangsa besar dan maju adalah bangsa yang mampu menghargai dan melestarikan warisan budaya peninggalan nenek moyang mereka. Di Indonesia, pemahaman tentang pelestarian budaya masih sangat lemah. Sudah sepatutnya pemerintah dan seluruh warga negara Indonesia untuk melestarikan warisan budaya yang ada di masing-masing daerah. Karena warisan budaya yang ada di masing-masing daerah tersebut sebagai bentuk ciri khas atau identitas.

Di zaman era globalisasi sekarang ini, sebagian masyarakat Indonesia banyak yang tidak mengetahui tentang pelestarian sejarah-sejarah dan kebudayaan yang ada di Indonesia. Kurangnya rasa kepedulian terhadap suatu sejarah Indonesia merupakan faktor penting yang membuat kita melupakan sejarah dan kebudayaan bangsa kita sendiri. Sebagai generasi penerus bangsa sudah sepatutnya kita mewarisi dan melestarikan kebudayaan tersebut agar nilai-nilai sejarah dan kebudayaan yang telah ada agar dapat terus terjaga.

Keanekaragaman budaya yang sudah ada secara turun-temurun meliputi banyak aspek mulai dari bidang seni, pengetahuan,

hukum kepercayaan, adat istiadat, pola kebiasaan masyarakat itu sendiri serta hal-hal yang terkait didalamnya yang ada di suatu wilayah masyarakat tertentu. Nilai-nilai kebudayaan bangsa menjadi suatu kultur budaya yang menjadi jati diri bangsa yang telah ada sejak zaman dahulu dan seharusnya tidak akan terpengaruh dengan unsur budaya lain.

Saat ini perkembangan industri *fashion* berkembang dengan sangat pesat, karena sudah menjadi salah satu kebutuhan yang utama. *Fashion* seringkali digunakan untuk menunjukkan suatu nilai sosial atau status dari seseorang.

Dalam bisnis *clothing* memang akan selalu mengalami perkembangan. Bukan hanya desain produknya yang mengikuti zaman bahkan kualitas dari bahan kaos tersebut sangat menjadi hal yang diutamakan. Umumnya produk distro pada saat ini terkenal dengan desain yang menggunakan unsur budaya luar. Faktanya tidak banyak produk distro yang secara khusus menyentuh dengan desain kebudayaan asli lokal.

Dalam proses penciptaannya disebut juga dengan proses kreatif, yaitu rangkaian kegiatan seorang seniman dalam menciptakan suatu karya seni. Proses kreatif ini ada disaat menciptakan desain mulai dari pengerjaan sketsa sampai pemilihan warna yang tepat.

Qimo ingin memperkenalkan serta melestarikan sejarah-sejarah mulai dari tokoh pejuang sampai peninggalan nenek moyang

yang sudah mulai terlupakan oleh masyarakat khususnya dikalangan remaja. Desain kaos Qimo mengangkat isu-isu tentang cerita masa lampau dan masa kini yang ada di Jepara.

Qimo juga memvisualkan mulai dari seni, sejarah, budaya, sampai kondisi sosial yang terjadi di Jepara. Selain itu Qimo ingin menjadikan salah satu souvenir atau oleh-oleh ciri khas dari kota Jepara.

Bagi penulis, Qimojepara merupakan salah satu bentuk upaya untuk menjaga, melestarikan, dan mempertahankan peninggalan warisan nenek moyang yang meliputi dari kebudayaan dan kesenian di Indonesia khususnya tentang Jepara. Hal tersebut secara tidak langsung merupakan cara untuk memperkenalkan salah satu sejarah dan kebudayaan yang ada di Indonesia.

Proses kreatif dalam pembuatan desain kaos Qimojepara menjadi menarik untuk diteliti, mengingat desain kaos yang diproduksi oleh Qimojepara adalah mengangkat sebuah konsep atau tema tentang isu-isu lokalitas yang ada di Jepara.

RUMUSAN MASALAH

Dengan merujuk pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “ Bagaimana Proses kreatif pada desain kaos Qimojepara Distro *Clothing Company* Jepara dalam memperkenalkan sosial budaya kota Jepara melalui media *T-Shirt*?”

KERANGKA TEORI

1. Kreatif

Setiap orang memiliki potensi kreatif yang mengagumkan, tetapi tidak banyak yang mampu mengaplikasikannya menjadi sebuah karya. Kreatif merupakan proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau ide baru. Kreatif juga salah satu kemampuan unik yang dimiliki seseorang sehingga orang tersebut mampu menciptakan suatu hal yang baru atau memperbaharui sesuatu yang sudah ada.

Kreativitas adalah kemampuan menyajikan gagasan atau menemukan ide baru. Inovasi merupakan aplikasi gagasan atau ide baru tersebut. Perlu adanya beberapa teknik dalam menciptakan sebuah ide, yaitu penyesuaian (adaptasi), pembesaran (maksimal), pengecilan (minimasi), pembalikan (inversi), penggantian (substitusi), perubahan (modifikasi) pengaturan kembali dan perpaduan atau kombinasi (Suyanto, 2004:104).

Dalam dunia desain, sebuah kreativitas menjadi hal paling utama yang ada didalam pikiran seorang desainer, dimana dengan kreativitas tersebut sang desainer dapat membebaskan diri membentuk dan memvisualkan ide kedalam suatu karya seni. Penciptaan sebuah karya seni sangat beragam dari segi visual, teknik dan tema adalah suatu kemampuan tiap individu.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan Kreativitas merupakan kemampuan dan daya pikir untuk menemukan suatu hal yang baru. Hasil-hasil yang baru tersebut muncul dari sifat-sifat individu yang unik yang berinteraksi dengan pengamatan tentang lingkungan, pengalaman, maupun individu lain.

2. Proses Kreatif dalam Desain

Proses kreatif dapat dimulai dari dalam diri manusia berupa perasaan, pikiran dan imajinasi manusia yang kemudian menuangkannya ke sebuah media dan berbagai teknik tertentu dan melahirkan sebuah karya-karya seni yang baru dan unik. Sebuah desain yang baik dan unik diperlukan suatu proses didalamnya untuk mencapai kreativitas. Keberhasilan suatu desain visual dilihat dengan sampai atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*. Menurut Safanayong (2006:10) desain adalah sebuah proses kreatif melalui pemikiran dan pengolahan data dan ditujukan sebagai pemecahan masalah atas fenomena yang terjadi.

Menurut Graham Wallas (Morissan, 2010:340) mengemukakan empat langkah model proses kreatif, yaitu:

1. Persiapan (*Preparation*), yaitu kegiatan mengumpulkan informasi latar belakang yang diperlukan untuk memecahkan suatu masalah melalui riset dan studi.

2. Inkubasi (*incubation*), yaitu proses mengembangkan ide atau sebuah gagasan.

3. Iluminasi (*Illumination*), upaya mencari pemecahan suatu permasalahan.

4. Verifikasi (*Verification*), yaitu upaya memperbaiki ide atau gagasan dan menentukan jika ide atau gagasan tersebut merupakan solusi yang tepat.

Model kreatif tersebut memiliki arti penting bagi mereka yang terlibat dalam proses kreatif karena menawarkan cara-cara yang terorganisasi dan sistematis dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Dengan demikian proses kreatif adalah suatu proses pemecahan masalah dengan melihat fenomena yang terjadi dengan menganalisis data dan teori yang disesuaikan dengan pembaca atau *audience* untuk mendapatkan hasil akhir karya desain yang dapat diuji dan dipertanggung jawabkan.

3. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah desain yang mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ditampilkan secara visual. Desainer komunikasi visual berusaha untuk mempengaruhi sekelompok pengamat. Seorang desainer komunikasi visual yang profesional harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas tentang komunikasi visual. Selain bakat visualisasi yang kuat dalam berkomunikasi secara visual, ia juga harus mempunyai kemampuan untuk menganalisa suatu masalah, mencari solusi

masalah tersebut dan mempresentasikan dalam bentuk visual.

Menurut definisinya desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (Adi Kusrianto,2007:2).

Komunikasi visual merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa visual sebagai unsur dasar bahasa visual dimana sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna dari pesan tersebut (Kusrianto, 2007:10).

Berikut elemen-elemen dalam desain:

a) Ilustrasi

Secara harafiah ilustrasi berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni itu. (Kusrianto, 2007:110).

b) Warna

Warna merupakan salah satu elemen visual yang dapat menjadi daya tarik bagi setiap orang yang melihatnya. Jika pemakaian warna kurang tepat maka dapat merusak citra dari desain tersebut, maka pada tahap ini harus sangat berhati-hati dalam

penggunaannya (Supriyono, 2010:43). Jika kita dapat memposisikan sebuah warna dengan sangat tepat, warna dapat meningkatkan *mood* dan membuat teks lebih berbicara dengan baik.

c) Tipografi

Menurut Adi Kusrianto (2007:190) tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Prosesnya mulai dari merancang bentuk hingga proses merangkai atau menyusun hingga menjadi sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh sebuah tampilan grafis yang dikehendaki.

Sedangkan menurut Danton Sihombing (2001:58) tipografi adalah sebuah bentuk komunikasi verbal yang direpresentasikan secara visual yang merupakan bagian dari properti visual yang efektif.

Dalam pembuatan sebuah karya desain diperlukan banyak tahapan. Hal ini mengingat bahwa seorang seniman yang serta-merta hanya mengandalkan ketajaman intuisi serta kecermelangan ide atau konsep yang dimilikinya. Sebuah desain yang baik juga memiliki tujuan atau misi tertentu saat menyampaikan pesan, memiliki segmentasi kepada siapa pesan akan disampaikan, serta yang tidak kalah pentingnya adalah memperhitungkan budget yang tersedia untuk memproduksi suatu desain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus.

Lokasi Penelitian Penulis mengambil lokasi penelitian di toko/distro Qimojapara yang beralamatkan di JL. KH. Moliki 02 Pengkol Mbelik Jepara, Jawa Tengah, Indonesia.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data penulis melakukan proses reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan dengan verifikasi saat proses pengumpulan data, saat proses pengumpulan data berlangsung. Setelah pengumpulan data, peneliti melanjutkan proses reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan dengan verifikasi.

Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi.

HASIL PENELITIAN

1. Kreativitas dalam pencarian ide sebagai konsep desain.

Mengangkat tema tentang Isu-isu Jepara dimasa kini dan masa lampau adalah salah satu ciri khas kaos Qimojapara. Isu masa lampau yang paling sering di angkat. Misalnya isu sebuah tokoh legendarisnya adalah R.A. Kartini yang menjadi salah satu ikon tokoh emansipasi dan pendidikan dan kesenian di saat itu. Tak hanya itu Qimojapara juga mengangkat tema tentang keadaan sosial yang terjadi di Jepara tentang lambatnya penanganan dari pemerintah tentang infrastuktur yang kurang baik dan peran

visual disini berfungsi sebagai media atas kritikan dari masyarakat.

Sebagai ciri khas kaos Qimojapara, hampir di tiap ilustrasi yang ada dikaosnya memiliki kreativitas dengan menambahkan seni ukiran yang menjadi ciri khas kota Jepara dan tidak di miliki oleh kaos-kaos lainnya. Dengan mengikuti zaman yang berkembang semakin pesat tanpa harus meninggalkan warisan nenek moyang yang telah ada, dan sepatutnya di jaga dan dilestarikan dengan apa yang Qimojapara telah lakukan dalam ilustrasi yang terdapat di kaosnya.

2. Proses kreatif dalam pembuatan desain.

Proses yang diterapkan oleh Qimojapara yaitu,

Persiapan, dengan cara melakukan riset untuk mengumpulkan berbagai informasi- informasi tentang objek yang akan diangkat sebagai tema dalam pembuatan konsep desain kaos. Riset dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang dilakukan oleh Qimojapara adalah dengan terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi secara detail dan fakta, dengan membaca banyak literatur atau sumber buku atau biografi yang benar-benar dapat di pertanggungjawabkan.

Inkubasi, setelah mengumpulkan informasi-informasi dengan cara riset, proses selanjutnya adalah mengembangkan informasi yang didapat dengan cara berdiskusi bersama yang dibantu oleh

beberapa orang dari komunitas Rumah Kartini dan beberapa tokoh sejarah Jepara.

Iuminasi, pada tahap ini Qimojapara melakukannya dengan cara membuat sketsa sebagai dasar untuk gambaran dari tema yang akan di angkat. Pembuatan seketsa dilakukan dengan cara manual yaitu digambar tangan oleh pemilik dari Qimojapara agar desain yang dibuat terlihat lebih real dan berkesan unik karena di gambar secara manual.

Verifikasi, proses selajutnya adalah memperbaiki konsep yang telah di buat dalam bentuk visual. Sketsa yang telah dibuat akan dilakukan tahap evaluasi apakah masih ada kekurangan atau tidak dalam sketsa tersebut, jika dirasa sudah tepat sketsa yang telah jadi akan masuk ke tahap olah digital. Qimojapara menggunakan software desain seperti photoshp dan corel draw sebagai proses olah digital.

3. Desain komunikasi visual yang terdapat pada kaos Qimojapara.

Pada desain komunikasi visual memiliki beberapa elemen yang terkandung di dalam nya seperti:

a. Ilustrasi

Hampir tiap desain-desain kaos Qimojapara berbentuk ilustrasi mulai dari para tokoh, kesenian yang ada di Jepara serta fenomena yang terjadi dan di visualisasikan dalam bentuk ilustrasi. Karna tiap desain yang dibuat dapat menyampaikan suatu pesan, salah satunya memperkenalkan tokoh-tokoh pejuang Jepara, kebudayaan dan yang

menjadi ciri khas adalah ukiran-ukiran yang menjadi ikon utama kota Jepara dengan julukan kota ukir. Setiap ilustrasi yang yang dibuat menggunakan beberapa teknik seni rupa salah satunya adalah teknik arsir dan teknik *engraving* (garis-garis kecil). Di tiap kaos Qimojapara memiliki ceritanya masing masing yang menjadikan ciri khas dari kaos Qimojapara yitu kaos bercerita.

b. Warna

Dalam pemilihan warna, Qimojapara menggunakan warna standar internasional. Hampir setiap desain yang diproduksi menggunakan warna-warna klasik seperti coklat, emas,dan hitam dengan perpaduan warna gelap ke terang. Jumlah pewarna pantone fashion mencapai 2.310 warna dan jenis warnanya harus tepat.

c. Tipografi

Seri-seri *typo* di kaos Qimojapara tiadk meninggalkan karakternya yang berupa ukiran dan kebebasan menggambar. Yang dibuat secara manual dengan gambar tangan, karena kaos Qimojapara yang kuat akan seni rupanya melakukan perpaduan huruf-huruf dengan bentuk ukiran yang menjadi salah satu ciri khas kota Jepara. Menggunakan huruf-huruf digital hanya sebagai kata-kata pelengkap untuk mengisi ruang atau bidang yang kosong.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yang menjadi jawaban dari permasalahan penelitian ini.

Ide kreatif yang diterapkan oleh Qimojapara adalah dengan mengangkat lokalitas Jepara mulai dari isu-isu Jepara dimasa lampau dan masa kini seperti tokoh R.A. Kartini, kebudayaan dan kesenian yang ada di Jepara. Selain itu ide kreatif banyak diterapkan oleh Qimojapara dalam membuat konsep desain yang berbeda dengan desain produk yang lainnya.

Proses kreatif yang diterapkan oleh Qimojapara yaitu mulai dari riset atau mengumpulkan informasi dengan membaca banyak literasi dan berdiskusi dengan ahli sejarah tentang Jepara yang tujuannya untuk membuat konsep desain kaos. Kemudian membuat sketsa desain menggunakan manual atau digambar tangan langsung dari sang pemilik Qimojapara.

Desain komunikasi visual, dalam hal menggambar, ciri khas kaos Qimojapara yaitu menampilkan ukiran yang menjadi ciri khas kota Jepara. Kemudian pemberian warna menggunakan software desain photoshop dan coreldraw dan dikerjakan dengan detail dan teliti karna desain ini dapat dipertanggungjawabkan tentang cerita dari suatu desain.

Kaos Qimojapara adalah kaos yang bercerita, dari keseluruhan visual yang di buat oleh

Qimojapara yaitu mengkomunikasikan suatu pesan yang meliputi Jepara mulai dari sejarah serta tokoh-tokohnya, kebudayaan, kesenian dan kondisi sosial yang ada di Jepara melalui media kaos.

Media yang digunakan pada kaos Qimojapara berupa kaos oblong dengan bahan cotton combed 24/30s dan Jenis sablon yang digunakan yaitu discharge, rubber, softwhite, plastisol discharge yang menyatu dengan kaos.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Sihombing, Danton (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Herdiansyah, H. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kusrianto, Adi (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moleong, L.J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.

Safanayong, Yongky (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Sugihastono, (2012). Strategi Kreatif Desain Kaos Dagadu Dalam Tema Kebersihan.

Supriyono, Rakhmat (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Web

www.jeparakab.go.id

www.qimojapara.com

www.berkaos.com

www.rumahkartini.com

Suyanto, M (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yin, Robert K, (2000). Studi Kasus Desain dan Metode. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Skripsi dan Jurnal

Ariyanti, (2016). Konstruksi Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Hukum Universitas Negeri Surabaya Tentang Fashion.

Cenadi, Christine Suharto. Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. Nirmana vol.1, No1 1999.

Hilarius Eduardo Herlangga Surya Setyawan, (2012). Proses Kreatif Produksi Pesan Oblong Dagadu Djodjka.

Novi Pradhana Putra, (2016). Strategi Komunikasi Pada Visual Brand Kaos Mesem Sithik

Puspasari, Maria Elena. Psikologi Kognitif Dalam Proses Kreatif. *Ultimart*, 2016,7.1.